

# ONLINE KISKERESKEDELMI INDEX

KÖRKÉP A

2018 / II.  
LOGISZTIKAI PIAC  
HELYZETÉRŐL

**árkereső.hu** 

**GKI** *digital*

## AZ ONLINE KISKERESKEDELMI INDEX KUTATÁSOK TEMATIKÁJA

**I. forduló**  
Január

*Kiemelt téma:*  
**ÉVÉRTÉKELÉS**

**II. forduló**  
Április

*Kiemelt téma:*  
**LOGISZTIKA**

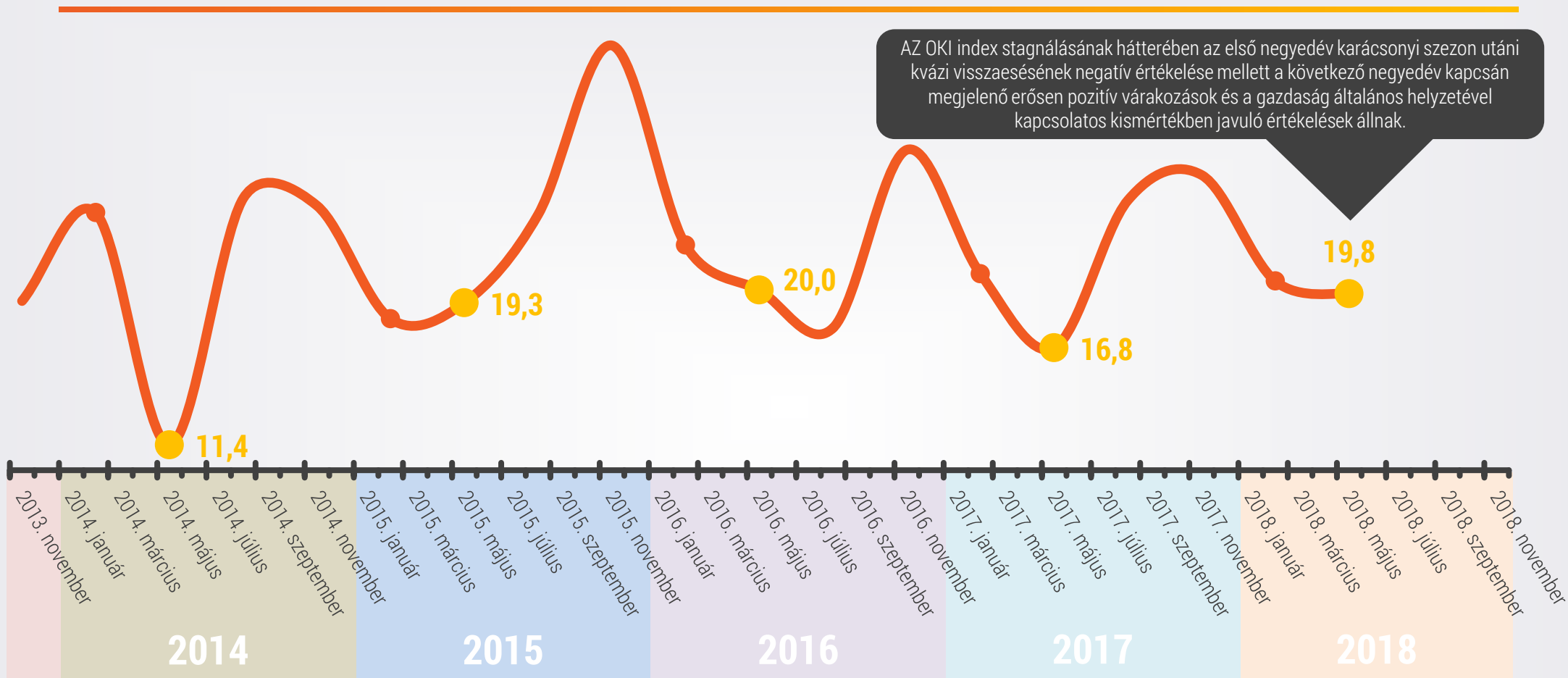
**III. forduló**  
Július

*Kiemelt téma:*  
**MARKETING**

**IV. forduló**  
Október

*Kiemelt téma:*  
**TRENDEK**

## OKI INDEX

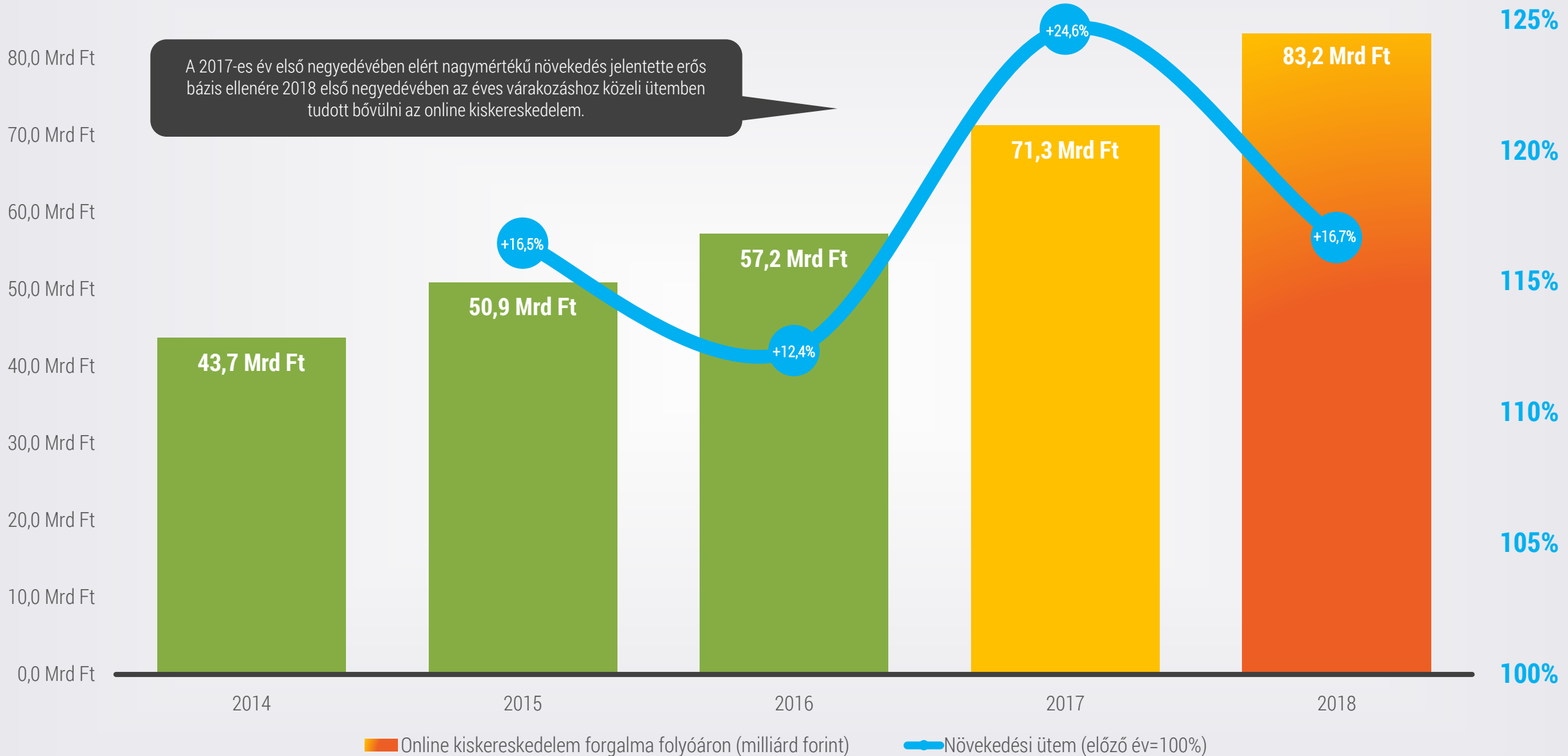


**Az indexet alkotó három attitűd:** A következő három hónap üzleti lehetőségei • Elmúlt negyedév eladási pozícióinak megítélése • A gazdasági környezettel kapcsolatos várakozások

#### Az OKI index módszertana

A GKI Digital – Árukereső.hu OKI indexe egy mérőszám, mely több tényezőt figyelembe véve értékeli az online kiskereskedelem aktuális negyedévéét, figyelembe véve a forgalmat, a gazdasági környezetet, a kereskedők hangulatát, várakozásait. Az index célja, hogy értékével és változásának irányával jelezze a gazdaság, azon belül is a kereskedelem szereplőinek várakozásait, tapasztalatait. Az index attitűdkérdéseken alapul, így annak változása sokkal több információt hordoz, mint nominális értéke.

## ONLINE KISKERESKEDELEM EREDMÉNYE AZ ÉV ELSŐ NEGYEDÉVEIBEN



## ELJÖTT AZ ÁREMELKEDÉS IDŐSZAKA A KÉZBESÍTÉSI DÍJAKBAN

A magyar vásárlók 2017-ben mintegy 33 milliószor rendeltek terméket online, melynek 70%-át külső logisztikai cég juttatta célba, ráadásul tavaly a kézbesítési díjat nekünk, vevőknek sokszor egyáltalán nem kellett kifizetnünk. Azonban ez az idilli állapot a logisztikai cégek és kereskedők részéről is áldozatokkal járt, így az áremelések hatását idén már a vásárlók is megérezhetik.

### A logisztikai szektorban zajló változások és azok hatásai

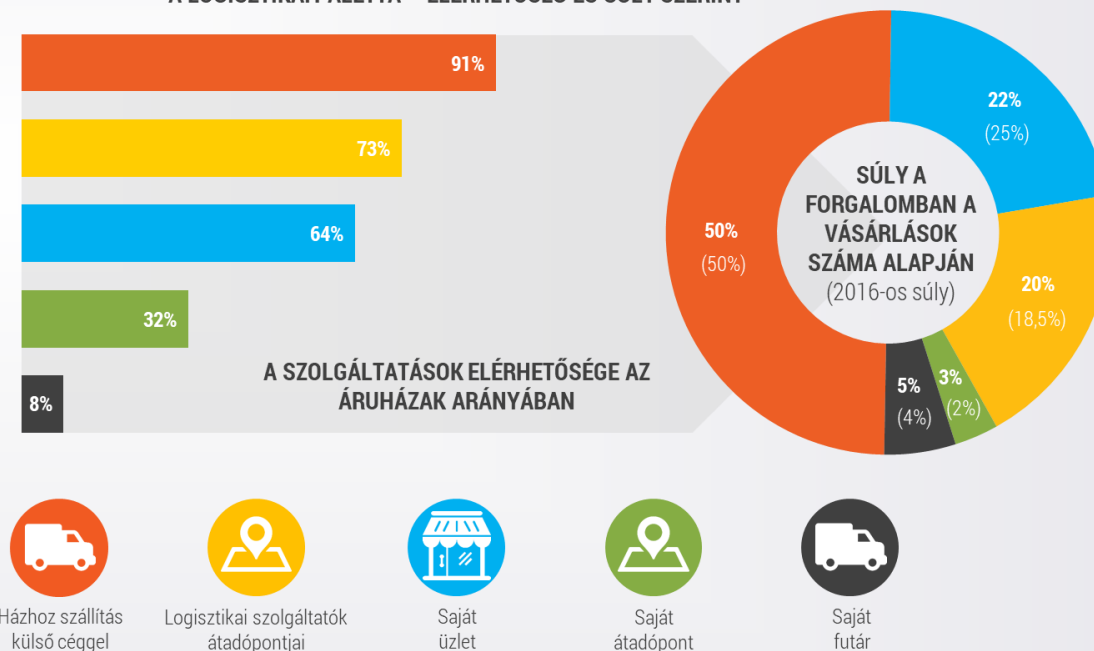
2016-2017 sok webáruház esetében hozott változásokat a logisztika tekintetében. Ahogy arra már a tavalyi logisztikai [tanulmányunkban](#)<sup>1</sup> is kitértünk, a korlátlan ingyenesség modellje nem fenntartható pálya se a kereskedőknek, se a logisztikai szereplőknek. Ez a gyakorlat ugyanis mesterségesen terelte a vásárlók tömegeit a házhoz szállítási megoldások irányába, ezzel megfosztva a bővülés lehetőségétől a többi, köztes kézbesítési módot. A marketingcélú ingyenes szállítás arra készítette a kereskedőket, hogy a termék árába épített kiszállítási díj a lehető legalacsonyabb szinten legyen, így a szolgáltatók közötti verseny sokáig – szinte kizárólag – árazási alapon zajlott. A 2016-os év végi csomaglogisztikai problémák miatt, a fenntarthatatlan, tervezhetetlen csomagméreteket és kosárértékeket eredményező gyakorlaton a legnagyobb kereskedők többsége 2017 első felében változtatott. Ezzel megkezdődhetett a szektor lassú fellendülése. Azok a fuvarozó cégek, akik túléltek az árversenyt, szembe találták magukat egy szolgáltatási minőségre kiélezett versennyel, amit a [munkaerő-hiány](#)<sup>2</sup> is tetézt.

Össességében 2017-ben az átdópointi csomagok súlyának részesedése az online kiskereskedelmi rendelések során az egy évvel korábbi visszaesés után ismét emelkedni tudott. Miközben a futárszolgáltatás csomagok súlya nem változott, a webáruházak által üzemeltetett átdópointok és saját kézbesítések súlya szép lassan emelkedésnek indult.

1: <http://gkidigital.hu/2017/05/25/ingyenes-szallitas/>

2: <http://gkidigital.hu/2017/09/20/munkaerohiany-a-logisztikaban/>

A LOGISZTIKAI PALETTA – ELÉRHETŐSÉG ÉS SÚLY SZERINT



## ELJÖTT AZ ÁREMELKEDÉS IDŐSZAKA A KÉZBESÍTÉSI DÍJAKBAN

### A minőség is befolyásolhatja a szolgáltatói versenyt

Mindezek eredményeként a **2017-es ünnepi időszakra minden érintett logisztikai szereplő komoly extra kapacitásokkal és egyéb óvintézkedésekkel készült.** Ez utóbbi részeként, **többen még novemberben árat emeltek, amit akkor még a kereskedők többsége nem tudott továbbhárítani a vevőkre.**

A **tavalyi év végén elindult áremelési hullám 2018 első negyedévében is folytatódott,** és az év hátra lévő részében is további emelések várhatóak a különböző kézbesítési megoldások díjtételei között. Az **áremelési kényszer** mögött több, egymással összefüggő folyamat együttese áll:

- ✓ A logisztikai és kereskedelmi ágazatokat is sújtja a **munkaerő-hiány**, ami leginkább a futárok és raktári munkások viszonylatában jelentkezik.
- ✓ **A logisztikai szektor folyamatos – beruházásigényes – fejlesztési, innovációs kényszerben van,** amit a webáruház piacon tapasztalható, fokozott verseny csak tovább erősít. A járműparkkal / automata hálózattal kapcsolatos beruházások mellett komoly erőforrást kell fektetni az IT jellegű és adminisztratív kiadásokra is annak érdekében, hogy a nyújtott fuvarozási szolgáltatás nyereséges legyen. Az elmúlt egy évben elterjedt időablakos kézbesítés, nyomon követés, futár-telefonszám kiadás, kártyás fizetés mind komoly fejlesztést igénylő újítások.
- ✓ **A vevők felé közvetített díjszabás évek óta változatlan,** miközben sok esetben még a webáruház is keresni szeretne a logisztikán. Az árváltoztatást pedig **tovább nehezítik a kelletténél gyakoribb ingyenes szállítási akciók,** ezek ugyanis – amellet, hogy **elkényelmesítik a vásárlókat – csökkentik a kosárértéket, ellenben növelik a csomagszámot.** Ezért, bár ezek az akciók óriási ügyfélszerző és marketingértékkel bírnak, a kereskedőknek is nehezebbé, kevésbé tervezhetővé teszik az operációt.
- ✓ Ahogy a webáruház is rá van utalva a logisztikai partnerére, úgy egy-egy nagyobb – több tíz ezres éves csomagszámú – **kereskedő is komoly érdekérvényesítő hatással bír a fuvarozó partnerére.**

**A kialakult helyzetre a kereskedők 21%-a korábbi partnerei megtartása mellett új szolgáltatóval bővítené a logisztikai portfólióját, 10% azonban inkább az eddigi partnerét szeretné új szolgáltatóra cserélni.**

Az új szerződések mögött különböző motivációk húzódnak meg:

- ✓ a csak szimplán szolgáltatás bővítése mellett elsősorban még a meglévő szolgáltatók tehermentesítése és a függőség mérséklése motiváló erő,
- ✓ addig a váltás esetén a kedvezőbb szolgáltatási díj mellett 2018-ban már megjelenik az integrált, minőségi megoldások biztosítása iránti igény is.

# Áremelési kényszer

# ELJÖTT AZ ÁREMELKEDÉS IDŐSZAKA A KÉZBESÍTÉSI DÍJAKBAN

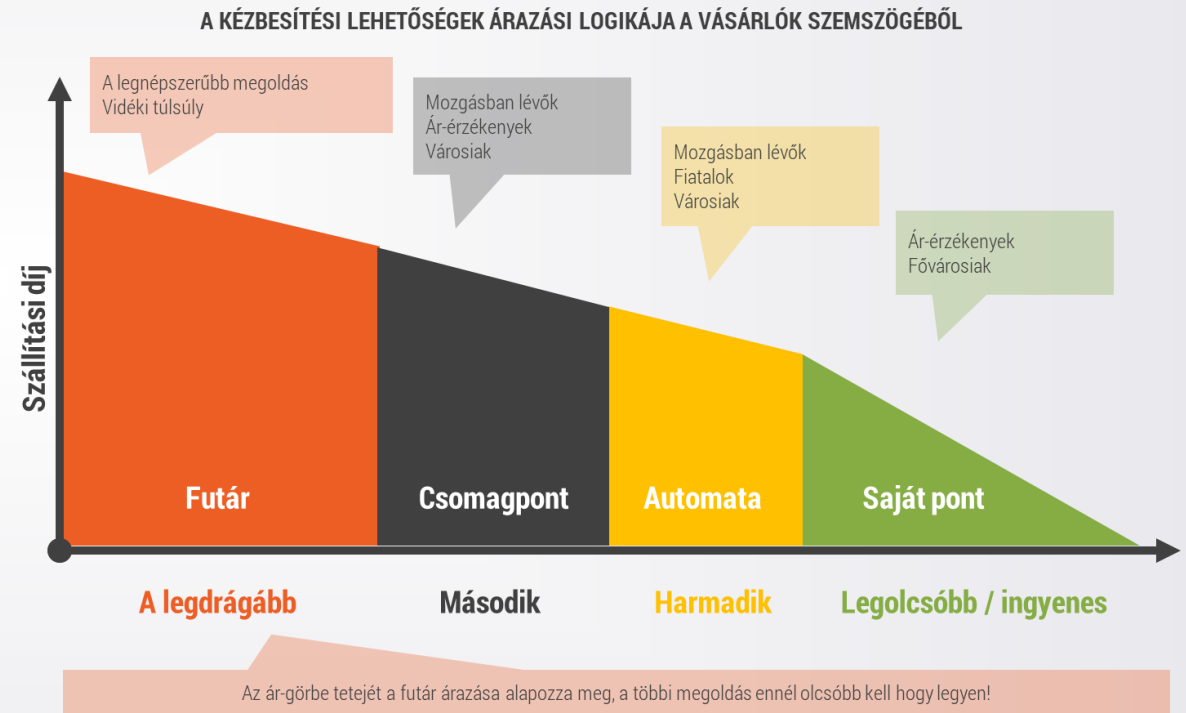
## Következmény: biztonsági játék és áremelés

A kereskedők túlnyomó része rendszeresen monitorozza a logisztikai piac változásait, ezért az elkerülhetetlenül emelkedő árakkal (és az azok mögötti okokkal) a kereskedők többsége mostanra már tisztában van. Az összehasonlítás legfontosabb szempontja továbbra is az ár, azonban – összhangban a piaci trendekkel – egyre fontosabb:

- ✓ a sztenderd és extra szolgáltatások köre;
- ✓ a partnerkezelés / partneri kapcsolattartás módja;
- ✓ a kínált szolgáltatás minősége;
- ✓ a szolgáltató kapacitása, illetve a kapacitási igények rugalmas kezelése;
- ✓ valamint, a kényelmesebb, átláthatóbb adminisztráció.

## Kétélű fegyver az áremelés: a nagyok növelhetik bevételüket, a kicsik még akár vásárlót is veszíthetnek

Az áremelések és az ezzel párhuzamosan megszűnő korlátlan ingyenesség helyét átvette az értékhatárhoz kötött ingyenes kézbesítés. Ennek köszönhetően minden kézbesítési mód ismét hatékonyabban tudja megszólítani a maga elsődleges célcsoportját. Az ingyenes kézbesítési értékhatár mértékében, azonban az egyes szektorok és kereskedők tekintetében is nagy különbségek vannak. **Azoknál a kereskedőknél, ahol korábban nem volt ilyen értékhatár, már az alacsonyabbra "állított" értékhatár (pl.: 6.000-8.000 Ft körül) is komoly változást eredményezhet, miközben a vásárlók ingerküszöbét még nem, vagy csak kisebb mértékben éri el. Azonban a kisebb szereplők akár arra is kényszerülhetnek, hogy az értékhatárt mesterségesen magasra emelve (20.000 Ft feletti ingyenes kiszállítás) vegyék rá a vásárlóikat arra, hogy fizessenek kézbesítési díjat is.** A minőségi szempontok előtérbe helyezésével együtt pedig újra előtérbe került a kézbesítés ideje is. A magyar vásárlók is hajlandóak ugyanis fizetni a minőségi és gyors kézbesítési lehetőségekért. Ennek köszönhetően **egyre több kereskedő árazza be (sikeresen) a saját maga által üzemeltetett boltba / áradópontra / bemutatóterembe kért csomagok átvételét is.**



# ELJÖTT AZ ÁREMELKEDÉS IDŐSZAKA A KÉZBESÍTÉSI DÍJAKBAN

Csomagszámban élen jár a GLS, míg értékelésben legtöbbet a Posta javult egy év alatt

Az online kiskereskedelmi rendelések klasszikus futárszolgálatos kiszállítását nézve 2017-ben is a GLS került a dobogó legfelső fokára a csomagszámok tekintetében. A dobogó második és harmadik helyén sem történt változás, igaz, az első két helyezett tovább erősítette pozícióját, míg a 3-5. helyen már éles verseny alakult ki.

## e-LOGISZTIKAI RANGSOR2018

### HÁZHOZ SZÁLLÍTÁS

BC2 online csomagszám szerinti helyezés	Kereskedői osztályzat szerinti helyezés (1-5-ig terjedő skálán)
1. GLS	1. GLS (4,5)
2. MPL	2. EXPRESS ONE* (4,2) (*korábban Trans o'Flex)
3. DPD	3. SPRINTER (4,1)
4. EXPRESS ONE* (*korábban Trans o'Flex)	4. MPL (3,9)
5. SPRINTER	5. ROYAL-SPRINTER (3,9)

### KÜLSŐ ÁTADÓPONT

BC2 online csomagszám szerinti helyezés	Kereskedői osztályzat szerinti helyezés (1-5-ig terjedő skálán)
1. MPL POSTAPONT	1. FOXPOST (4,5)
2. PICK PACK PONT	2. PICK PACK PONT (4,1)
3. GLS CSOMAGPONT	3. GLS CSOMAGPONT (4,1)
4. FOXPOST	4. MPL POSTAPONT (4,0)
5. DPD PICKUP PONT	5. DPD PICKUP PONT (3,8)

Az OKI kutatás során a kereskedők egyéni tapasztalataik alapján is értékelték partnereiket. Az 1 és 5 közötti osztályzatok átlagaként létrejött logisztikai sorrend idén némileg másként fest, ami már egyenes következménye annak, hogy melyik cég milyen évvégi szezon tudhat maga mögött. A futárszolgálatok közül az elmúlt egy évben az MPL tudta a legnagyobb minőségi / megítélésbeni javulást elérni, azaz a webáruházak a Magyar Posta szolgáltatásában érzékelték a legnagyobb minőségi fejlődést, míg a képzeletbeli listát továbbra is a GLS vezeti.

A logisztikai szolgáltatók által üzemeltetett külső átadóponatoknál változást hozott 2017. Csomagszám tekintetében a Sprinter által üzemeltetett Pick Pack Pont elveszítette vezető pozícióját, helyét a Magyar Posta által üzemeltetett PostaPont-hálózat foglalta el. A dobogó harmadik helyén a GLS Csomagpont hálózata áll.

A csomagautomaták tekintetében a piac két meghatározó szereplője között (FoxPost és Posta Csomagautomata) egyre kisebb a különbség, amiben szerepet játszik a Magyar Posta erőteljes hálózatbővítése és a széleskörű marketingkampányok hatása is.



## A CSOMAGPONT HÁLÓZATOK – MÉRET SZERINT

ÁTADÓPONT HÁLÓZATOK

INDULÁS	PONTOK SZÁMA		SORREND		AUTOMATÁK SZÁMA	INDULÁS
2009	<b>3050 átvételi pont:</b> 2600 postai PostaPont 185 Mol PostaPont 265 COOP PostaPont		1.		<b>~66 automata</b>	2015
2011	<b>800+</b>		2.		<b>~51 automata</b>	2014
2013	<b>650+</b>		3.			
2015	<b>164</b>		4.			
2015	<b>160+</b>		5.			

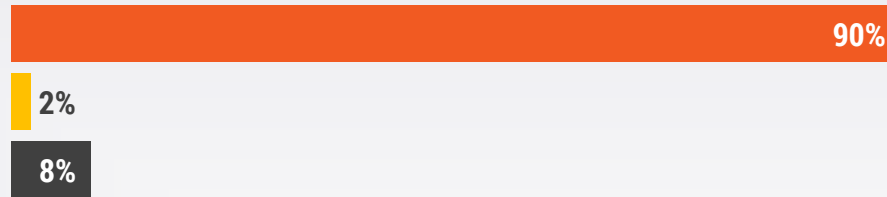
CSOMAGAUTOMATA HÁLÓZATOK

KÜLSŐ ÁTADÓPONTOK SZÁMA ÖSSZESEN

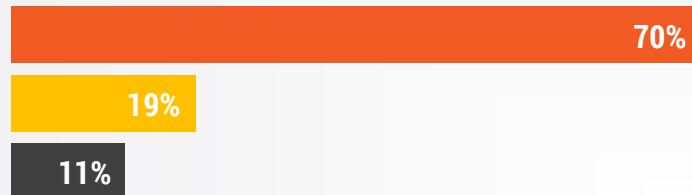
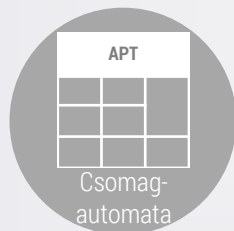
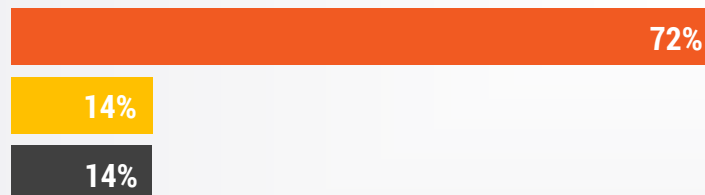
**~4900 db**

(egyes MOL, OMV kutak valamint COOP üzletek több hálózatban is tagok)

## TERVEZETT ÁREMELÉSEK A KÜLÖNFÉLE KÉZBESÍTÉSI MEGOLDÁSOKNÁL

Saját  
futár

Futárcég

Külső  
átadópontCsomag-  
automata

Nem

Igen

Idén várható áremelés

A webáruházak **86%-a elsősorban a logisztikai partner áremelésének következtében** lépte / lépi meg az intézkedés szükségességét. Ezen felül a webáruházak **29%-a** nyilatkozott úgy, hogy az áremelést **a díjak alulárázottsága** is indokolhatóvá tették / teszik.

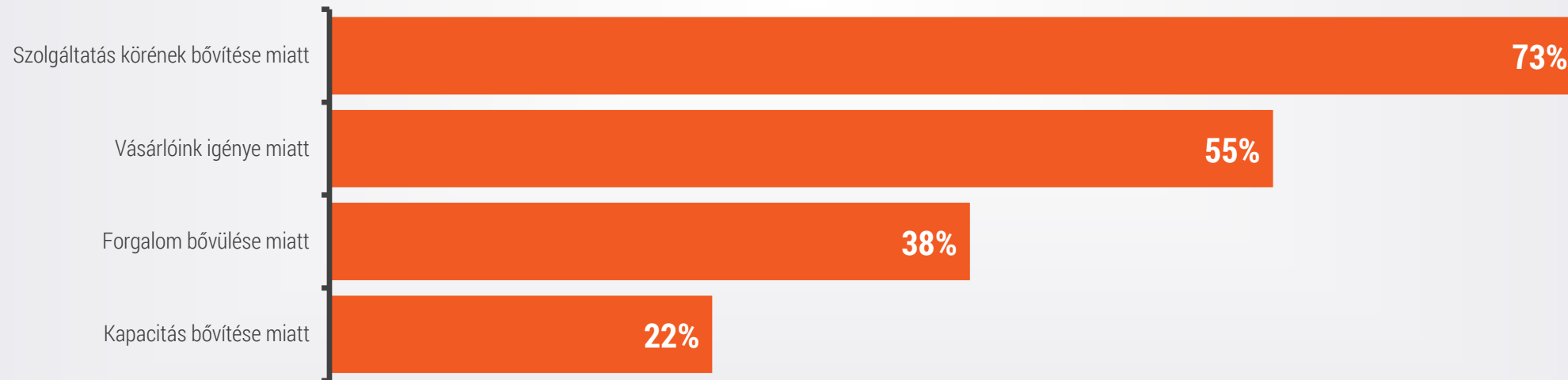
A kézbesítési megoldásoknál alkalmazott árazási módszerek közül **a meghatározott kosárérték felett nyújtott ingyenes kiszállítás a legnépszerűbb megoldás**. A szolgáltatói áremelések a piacon azt is eredményezhetik, hogy **a kisebb szereplők kénytelenek lesznek ezen árazási módszerüket felfüggeszteni**, mert a megemelkedett árak következtében az „ingyenességet” már nem fogják tudni kigazdálkodni. A **nagyobb szereplők** eközben **az ingyenes kiszállításhoz tartozó limit mértékét emelhetik feljebb**.

Továbbá valamilyen **felárasan igénybe vehető speciális házhoz szállítási módot a webáruházak 42%-a kínál** vásárlóik számára.

Webáruházuk 2017-ben emelt árat a kézbesítési megoldásánál / megoldásaiknál?

## LOGISZTIKAI PARTNEREK BŐVÍTÉSE

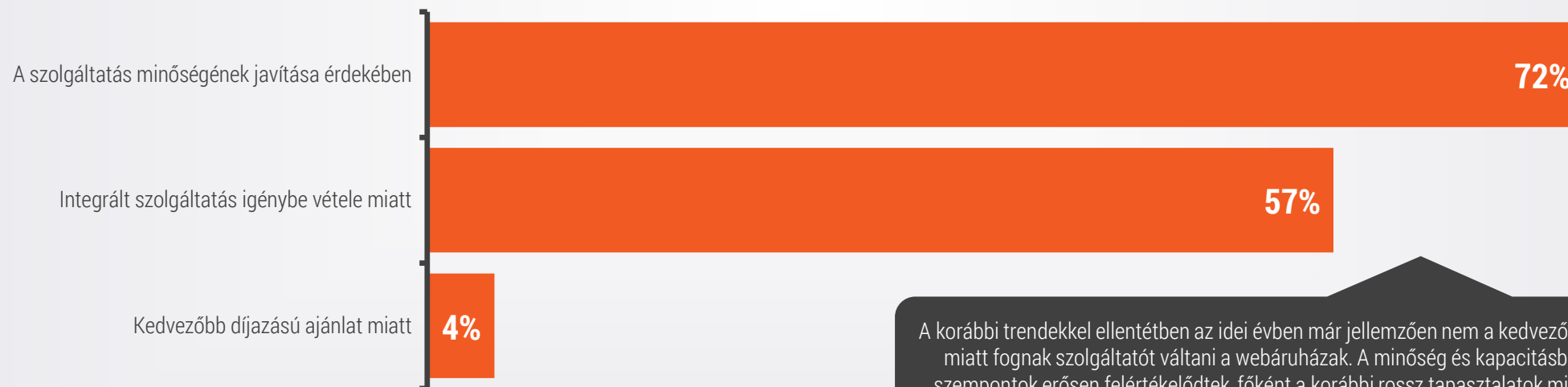
2018-ban a webáruházak

**21%-a****új szolgáltatóval is** tervezi bővíteni logisztikai portfólióját.

Mi az oka annak, hogy a jelenlegi szolgáltatója / szolgáltatói mellett új szolgáltatóval is köt szerződést?

## LOGISZTIKAI SZOLGÁLTATÓ CSERÉJE

2018-ban a webáruházak

**10%-a**meglévő szolgáltatóját / szolgáltatóit tervezi  
**új szolgáltóra leváltani.**

A korábbi trendekkel ellentétben az idei évben már jellemzően nem a kedvezőbb ár miatt fognak szolgáltatót váltani a webáruházak. A minőség és kapacitásbeli szempontok erősen felértékelődtek, főként a korábbi rossz tapasztalatok miatt.

Mi az oka annak, hogy a jelenlegi szolgáltatója / szolgáltatói helyett új szolgáltatóval köt szerződést?

## DÖNTÉSI SZEMPONTOK ÚJ LOGISZTIKAI PARTNER VÁLASZTÁSA ESETÉN



A webáruházak **84%-a időszakosan összehasonlítja a logisztikai szereplők ajánlatait:** a viszonyítás alapja elsősorban az **ár**, másodsorban a **sztenderd szolgáltatások köre**. Harmadsorban pedig a **partnerkezelés módját** veszik gorcsó alá a kereskedők.

Az új logisztikai szolgáltató választásánál a felsoroltak közül webáruházuk mit vesz figyelembe?

# e-LOGISZTIKAI RANGSOR 2018

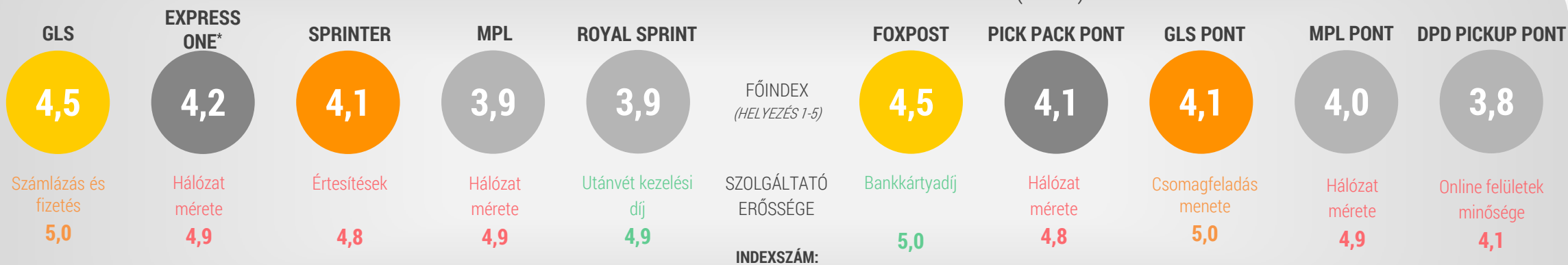
## B2C ONLINE CSOMAGSZÁM SZERINTI HELYEZÉS (2017)



## HÁZHOZ SZÁLLÍTÁS

## KÜLSŐ ÁTADÓPONT

## KERESKEDŐI OSZTÁLYZAT SZERINTI HELYEZÉS (2017)



A saját logisztikai partnerét minden e-kereskedő 20 alkérdés kapcsán, 1-től 5-ig terjedő skálán, saját benyomása, tapasztalata, véleménye alapján értékelte. Az index 4 fő része:

ÁR • SZÁLLÍTÁSI MINŐSÉG ÉS SEBESSÉG • ADMININSTRÁCIÓ ÉS KOMMUNIKÁCIÓ • EGYÉB SZEMPONTOK

# ONLINE KISKERESKEDELMI INDEX

---

A KUTATÁS SZAKMAI HÁTTERÉT ÉS AZ ELEMZÉST BIZTOSÍTOTTA:



A KUTATÁST TÁMOGATJA:



**GKI DIGITAL KUTATÓ ÉS TANÁCSADÓ KFT.**

H-1092 Budapest, Ráday utca 42-44.

[www.gkidigital.hu](http://www.gkidigital.hu)

Timár Szabolcs – ügyvezető  
[timar@gkidigital.hu](mailto:timar@gkidigital.hu)

Madar Norbert – ICT üzletágvezető  
[madar@gkidigital.hu](mailto:madar@gkidigital.hu)

**HIVATKOZÁSI FORMA: GKI Digital – Árkereső.hu: Online Kiskereskedelmi Index 2018 / II.**

2018 © GKI Digital Kutató és Tanácsadó Kft. & Online Comparison Shopping Kft. Minden jog fenntartva!